

UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK DAN KEUNTUNGAN USAHA PADA UMKM DI DESA GENTING TANAH KALIMATAN TIMUR

Yesi Aprianti^{1*}, Ulfa Anisun¹, Apida Laila², Binrianur Riska³, Rahmat⁴, Verani¹, Muhammad Maulana¹

¹⁾ Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

²⁾ Program Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

³⁾ Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum

⁴⁾ Prodi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

⁵⁾ Program Studi Informatika, Fakultas Teknik

Universitas Mulawarman, Indonesia

*Corresponding author: yesi.aprianti@feb.unmul.ac.id

ABSTRAK

Informasi Artikel

Terima : 23-02-2022

Revisi :

Disetujui : 30-08-2022

Kata Kunci:
Pemasaran Produk,
Manajemen Keuangan,
UMKM Desa Genting

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan pemasaran produk UMKM di Desa Genting Tanah dengan strategi pemasaran yang tepat supaya mampu bersaing di pasar kompetitif dan meningkatkan pengembangan manajemen keuangan UMKM dalam peningkatan pendapatan dengan manajemen keuangan yang baik. Kasus pada UMKM di Desa Genting adalah produk dijual masih dalam pada pasar yang kecil yaitu di lingkungan desa, sehingga UMKM tidak mengalami peningkatan baik dari skala kreatifitas produuk, pangsa pasar dan profit usaha. Metode yang digunakan adalah Bimbingan Teknologi (Bimtek) melalui media video edukasi dan pendampingan pembuatan laporan keuangan. Melalui metode tersebut pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM lebih modern dan lebih variatif serta inovatif, sehingga memperluas jangkauan pemasaran produk. Hasil dari serangkaian proses kegiatan yaitu pelaku UMKM mampu memahami pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial Facebook. Promosi yang dilakukan menggunakan poster sederhana yang bisa dibuat dengan menggunakan aplikasi canva sehingga promosi yang dilakukan lebih menarik. Selanjutnya dengan adanya pendampingan pembuatan laporan keuangan dasar UMKM, para pelaku UMKM lebih bisa mengatur atau memajemen keuangan usaha nya.

PENDAHULUAN

Pembangunan potensi wilayah menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mempercepat peningkatan perekonomian suatu daerah. Dalam pembangunan ekonomi, mengupayakan pengelolaan yang efektif dan efisien dengan pemanfaatan potensi wilayah salah satunya sumber daya alam dan manusia serta seluruh dana untuk biaya pembangunan daerah. Tentunya ini merupakan tantangan yang akan dihadapi ke depannya. Pelaku Usaha kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu yang memanfaatkan potensi ekonomi wilayah. (Muhammad Fedryansyah R. P., 2020)

Keberadaan UMKM tidak bisa dihilangkan maupun dihindarkan dari masyarakat karena keberadaanya sangat berpengaruh dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM mampu menghasilkan kreativitas yang sejalan dengan usaha dalam pertahanan serta

pengembangan unsur-unsur tradisi maupun kebudayaan masyarakat. Disisi lain, UMKM mampu menghasilkan tenaga kerja dengan jumlah yang besar mengingat bahwa jumlah penduduk Indonesia sangatlah banyak sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi sehingga sudah semestinya diberikan kesempatan, dorongan, dan dukungan sebagai tanda berpihak terhadap ekonomi kemasyarakatan. UMKM dipandang sebagai penolong terhadap proses pemulihan ekonomi serta tahan terhadap krisis (Muhammad Saat Ibnu wafiqin, 2021). Oleh karena itu, peran utama dari UMKM dalam upaya mendorong pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam upaya penggerakkan sektor industri di berbagai lapangan usaha. Disinilah dapat dilihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, dengan penggunaan teknologi

sederhana dan mudah untuk dipahami mampu menjadi wadah bagi masyarakat dalam hal bekerja.

Dalam hal pengembangan UMKM akan berdampak terhadap kesejahteraan rakyat, karena UMKM merupakan tempat dimana masyarakat menggantungkan sumber kehidupannya. Agar UMKM mampu tumbuh dan berkembang, salah satu alternatif yang dilakukan adalah meningkatkan produktivitas UMKM dengan cara modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistematis supaya dampak yang dihasilkan lebih luas lagi dalam peningkatan daya saing dan memperoleh keuntungan (Mustamim, 2020). Peranan pemerintah daerah dalam hal ini sangatlah penting, karena pemerintah daerah berperan dalam menjalankan fungsinya sebagai pemimpin dalam pengembangan, koordinator fasilitator, dan stimulator. Pemerintah berperan juga dalam hal terkait infrastruktur yang akan digunakan dalam bisnis dan industri, serta peningkatan terhadap kualitas masyarakat (Waslah, 2020). Disamping itu UMKM juga memerlukan strategi pemasaran yang modern. Seperti melalui pemanfaatan teknologi digital sebagai salah satu media pemasaran dan promosi yang begitu modern. Hal ini dijadikan oleh para pelaku usaha sebagai salah satu alternatif untuk memasarkan produknya melalui media digital dan tentu saja untuk meningkatkan pendapatan.

Desa Genting Tanah saat ini terdapat cukup banyak industri yang berkembang dengan berbagai jenis olahan dan skala usaha yang beragam mulai dari usaha pembuatan seraug, olahan gula merah, produksi ikan asin, dan lain sebagainya. Jenis usaha inilah yang kemudian sangat berpotensi untuk meningkatkan perekonomian daerah dan tentu saja membuka peluang kerja bagi masyarakat desa Genting Tanah.

Para pelaku usaha UMKM di Desa Genting Tanah mempunyai permasalahan yang dihadapi saat ini yaitu pemasaran yang masih menggunakan cara konvensional atau cara tradisional. Hal ini tentu menjadi hambatan yang pasti bagi UMKM karena dengan cara ini konsumen hanya terbatas masyarakat di sekitar wilayah UMKM tersebut saja. Maka dari itu UMKM tidak akan bisa berkembang secara efektif dengan hanya mengandalkan konsumen yang ada. Selain itu, UMKM di Desa Genting Tanah saat ini tidak memiliki manajemen keuangan yang baik, sehingga pengaturan keuangan UMKM tidak diketahui secara pastinya baik itu pemasukan maupun pengeluaran. Sehingga UMKM yang dijalankan tidak bisa bergerak maju secara efektif dikarenakan tidak adanya pengelolaan keuangan yang baik.

Kami mengadakan penyuluhan kepada masyarakat Desa Genting Tanah khususnya pelaku UMKM. Penyuluhan yang dilakukan mengambil tema "Upaya Peningkatan Pemasaran dan

Keuntungan Usaha Produk UMKM di Desa Genting Tanah" dengan fokus materi yang diberikan adalah strategi pemasaran produk dan manajemen pengelolaan keuangan UMKM. Penyuluhan ini diselenggarakan dengan tujuan membantu masyarakat pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan juga untuk mengambil keputusan dan memilih tindakan yang harus dilakukan untuk peningkatan usaha. Manfaat kegiatan adalah terjadi peningkatan pada skala UMKM di Desa Genting Tanah.

METODE KEGIATAN

Kegiatan dilakukan pada UMKM di daerah kecamatan Kembang Janggut dan Kenohan yang bergerak dibidang usaha industri pengolahan makanan dan kerajinan. Secara efektif kegiatan dilakukan mulai dari 04 Juli sampai dengan 06 Agustus 2021, yaitu pada Program KKN 47 Universitas Mulawarman.

Kami melakukan identifikasi masalah peningkatan UMKM dan menawarkan solusi untuk peningkatan teknik pemasaran dan perhitungan keuntungan usaha berdasarkan SAK EMKM. Penyuluhan teknik pemasaran dengan pelatihan penggunaan aplikasi canva dan penyuluhan teknik pembahasan. Menerapkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) untuk memaksimalkan strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan dan hasil yang di harapkan pada produk yang ditawarkan agar omset pendapatan pelaku UMKM meningkat.

Selanjutnya, penting untuk pembuatan manajemen laporan keuangan bagi UMKM untuk pengelolaan keuntungan maupun kerugian UMKM yang dikelola. Implementasi iptek memberikan beberapa solusi sebagai upaya pemecahan masalah dengan menggunakan metode yang merupakan kegiatan Pelatihan dan Bimbingan Teknologi yang dilakukan melalui media video tutorial dan pelatihan manajemen pengelolaan keuangan yang dilakukan secara langsung. Tujuan pembuatan video penyuluhan agar UMKM dapat menggunakan dokumentasi tersebut untuk pembelajaran dikemudian hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat yang mengelola UMKM di daerah kecamatan Kembang Janggut dan Kenohan yang bergerak dibidang usaha industri pengolahan makanan dan kerajinan. UMKM yang dijadikan objek kegiatan ini belum mengimplementasikan pemasaran secara digital dan masih menggunakan cara konvensional. Selain itu, UMKM yang ada masih belum menerapkan manajemen pengelolaan keuangan pada usaha nya.

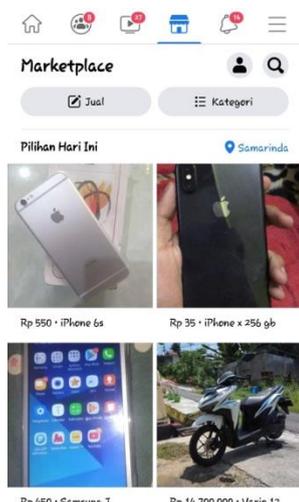
Strategi penjualan yang digunakan adalah bisa memanfaatkan digital marketing. Pada tahapan ini pelaku UMKM diberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran menggunakan sosial media yang dalam hal ini menggunakan media sosial Facebook. Digunakan nya Facebook adalah dikarenakan di Desa Genting dan sekitarnya sangat banyak

pengguna Facebook daripada sosial media yang lainnya. Facebook sangat popular digunakan dikarenakan kemudahan dalam penggunaannya. Selain itu factor popularitas Facebook yang memang sudah ada dan sempat menjadi trend dikalangan masyarakat. Selain itu pengguna Facebook saat ini bukan hanya anak-anak muda melainkan orang-orang dewasa juga banyak yang menggunakan Facebook. Maka dari itu, dengan memanfaatkan Facebook sebagai media pemasaran akan menjadi peluang yang besar didalam pengembangan pemasaran produk UMKM. pada tahapan ini pelaku UMKM dibantu dalam promosi produknya melalui media sosial dengan alat promosi berupa poster sederhana.



Gambar 1. Membantu Promosi UMKM

Selain itu cara yang cukup efektif didalam pemasaran menggunakan Facebook adalah bergabung kedalam grup/komunitas UMKM sehingga memperluas jangkauan pemasaran dan bisa juga dengan memanfaatkan fitur Facebook yaitu Marketplace. Kelebihan dari berjualan di online marketplace yaitu: Marketplace adalah tempat sarana prasarana penjualan secara online yang bisa meningkatkan penghasilan para komunitas penjual, sehingga diketahui oleh publik.



Gambar 2. Fitur Marketplace Facebook

Peningkatan omzet bisa juga dilakukan dengan cara memberikan diskon kepada pelanggan. Strategi ini bisa meningkatkan daya tarik pelanggan sehingga berdampak peningkatan volume penjualan. Selain itu strategi pemasaran yang juga cukup efektif adalah branding dan promosi menggunakan poster/video. Branding dimaksudkan sebagai bentuk identitas usaha atau produk yang akan menjadi ciri khas usaha tersebut dan juga dapat dengan mudah mempromosikan brand jenis usaha yang kita miliki. Tahap berikutnya adalah menentukan strategi promosi yang tepat dengan penggunaan poster/video sebagai alat bantu promosi.



Gambar 3. Poster Promosi UMKM

Pembuatan Laporan Keuangan Dasar UMKM Salah satu yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha agar mengetahui kelancaran bisnis mereka yaitu, dengan melihat laporan keuangan perusahaan. Dalam menjalankan usahanya sebagian para pelaku UMKM membuat pencatatan terhadap bisnis yang mereka lakukan, pencatatan tersebut berupa laporan keuangan terkait keluar masuk dana atau barang. Disini bisa melihat keuntungan yang sedang berjalan secara berkala bulanan, triwulan atau kwartal. Laporan keuangan UMKM terdiri dari laporan jurnal, neraca, perubahan modal, laba rugi, dan arus kas.



Gambar 4. Edukasi Tentang Pembuatan Laporan Keuangan Dasar UMKM

Sebagai langkah awal penyusunan laporan keuangan yaitu dengan cara mengumpulkan dan mencatat transaksi pada jurnal. SAK EMKM disusun untuk memenuhi kebutuhan pelaporan keuangan entitas mikro, kecil, dan menengah. Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat digunakan sebagai acuan dalam mendefinisikan dan memberikan rentang kuantitatif EMKM. Standar ini ditujukan untuk digunakan oleh entitas yang tidak atau belum mampu memenuhi persyaratan akuntansi yang diatur dalam SAK ETAP. SAK EMKM berlaku efektif tanggal 1 Januari 2018 dan penerapan dini dianjurkan.

Menurut SAK EMKM, laporan keuangan UMKM minimum terdiri dari 3 jenis, yaitu: 1). Laporan Posisi Keuangan; 2). Laporan Laba Rugi; dan 3). Catatan Atas Laporan Keuangan.

Gambar 5. Laporan Keuangan

Dalam SAK EMKM tidak ditentukan format atau urutan terhadap akun-akun yang disajikan. Maka dalam hal ini pelaku usaha dapat menyajikan akun-akun aset berdasarkan urutan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan akun-akun liabilitas atau kewajiban yang harus dibayar pada periode tertentu berdasarkan urutan jatuh tempo. Pelaku usaha harus menyiapkan kebutuhan sesuai jangka waktu yang ditentukan sehingga dapat membantu dalam laporan keuangan.

Kami memberikan penyuluhan tentang menghitung keuntungan dengan pendekatan akuntansi, yaitu membuat laporan laba rugi. Dalam hal ini berkaitan dengan Laporan Laba Rugi ini menyajikan informasi perkembangan mengenai keuangan pelaku usaha yang berisikan penghasilan dan beban. Pemilik UMKM dapat menentukan komponen penghasilan dalam bentuk pemasukan pada arus kas masuk atau kenaikan aset. Sedangkan untuk beban, merupakan kumpulan akun dalam bentuk arus kas keluar atau penurunan aset. Laporan posisi keuangan dibuat untuk membantu pelaku usaha atau pemilik UMKM dalam melakukan kegiatan usahanya agar mengetahui keuntungan dan kerugian dalam kegiatan usaha yang dilakukan.

PENUTUP

Cara untuk mengembangkan usaha UMKM adalah secara efektif dengan melakukan pemasaran secara digital dan meningkatkan keuangan manajemen serta membuat inovasi pada produk yang dijual. Pemasaran digital dapat menjangkau pangsa pasar lebih luas, sehingga peluang produk dapat terjual lebih besar. Keunggulan produk dapat berupa spesifikasi produk yang menjadi ciri khusus yang mengimplementasikan budaya lokal daerah. Selain itu untuk memantau kondisi bisnis para pelaku perlu membuat laporan keuangan sebagai saran

ENTITAS LAPORAN POSISI KEUANGAN 31 DESEMBER 20X8			
ASET	Catatan	20X8	20X7
Kas dan setara kas			
Kas	3	xxx	xxx
Giro	4	xxx	xxx
Deposito	5	xxx	xxx
Jumlah kas dan setara kas		xxx	xxx
Piutang usaha	6	xxx	xxx
Persediaan		xxx	xxx
Beban dibayar di muka	7	xxx	xxx
Aset tetap		xxx	xxx
Akumulasi penyusutan		(xx)	(xx)
JUMLAH ASET		xxx	xxx
LIABILITAS			
Utang usaha		xxx	xxx
Utang bank	8	xxx	xxx
JUMLAH LIABILITAS		xxx	xxx
EKUITAS			
Modal		xxx	xxx
Saldo laba (defisit)	9	xxx	xxx
JUMLAH EKUITAS		xxx	xxx
JUMLAH LIABILITAS & EKUITAS		xxx	xxx

untuk mendapat informasi bagaimana posisi dan perkembangan usaha serta untuk melihat seberapa besar keuntungan dan kerugian yang mereka dapat.

Menurut hasil survey dan respon baik dari masyarakat dan Pejabat Desa Genting Tanah akhirnya kegiatan bisa berjalan dengan lancar, maka diharapkan untuk kedepannya Universitas Mulawarman semakin menjadi mitra yang baik untuk desa-desa di Kalimantan Timur khususnya yang berada didaerah Kuatai Kartanegara untuk mensejahterakan daerah terutama meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Entrepreneur, J. (2021). *Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing*. Retrieved from jurnal entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/i>
- Feni Dwi Anggraeni, I. H. (n.d.). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI FASILITASI PIHAK EKSTERNAL DAN POTENSI INTERNAL. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1286-1295.
- Gustani. (2021, May 20). *Format Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan SAK EMKM*. Retrieved from Gustani.ID: <https://www.gustani.id/2021/05/format-laporan-keuangan-umkm.html?m=1>
- Id, J. (2021). *Contoh Laporan Keuangan Khusus UKM yang Sesuai Dengan SAK EMKM*. Retrieved from Jurnal entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/contoh-laporan-keuangan-khusus-ukm-yang-sesuai-dengan-sak-emkm/>
- Id, J. (2021). *Strategi Manajemen Keuangan Praktis UMKM*. Retrieved from Jurnal entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-manajemen-keuangan-bagi-umkm/>

- Indonesia, I. A. (2020, May 06). *SAK EMKM, LITERASI AKUNTANSI UNTUK UMKM DI INDONESIA*. Retrieved from IKATAN AKUNTAN INDONESIA: <http://iaiglobal.or.id/v03/berita-kegiatan/detailberita-1270-sak-emkm-literasi-akuntansi-untuk-umkm-di-indonesia>
- Ramadhani, N. (2019, March 18). *6 Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah*. Retrieved from Akseleran: <https://www.akseleran.co.id/blog/pengembangan-usaha-kecil-menengah/>
- Robby Firmansyah, R. N. (n.d.). STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PEMBERDAYAAN UMKM. *Jurnal Administrasi Publik*, 154-160.
- Supendi, D. (2020, Agustus 29). *Usaha Kecil Menengah, Kelebihan dan Kekurangan beserta contohnya*. Retrieved from HARAPANRAKYAT.COM: <https://www.harapanrakyat.com/2020/08/usaha-kecil-menengah/>
- Muhammad Fedryansyah, Ramadan Pancasilawan, Moch Zainudin. (2020, Desember). *Pengembangan Potensi Ekonomi Wilayah dalam Perspektif Kewirausahaan di Desa Kadakajaya*. Kumawula: Jurnal Pengabdian Masyarakat. <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>
- Muhammad Saat Ibnu wafqin, Moch Komari, Rindi Andriani, Anton Muhibuddin. (2021, April). *Strategi Branding Untuk Membangun Identitas Brand dalam Meningkatkan Pemasaran*. EKONOMI; JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT.
- Waslah, Lina Ainul Janah, Ninik Ismawati. (2020, Desember). *Pemanfaatan Jagung Sebagai Potensi Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Keluarga di Brodot*. JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BIDANG EKONOMI.
- Mustamim, Laila Fatikhatul Ula, Luky Widyastutik. (2020, Desember). *Inovasi dan Strategi Pemasaran produk Industri Kecil di Era New Normal*. JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BIDANG EKONOMI.